

PREDSTAVLJENA PUBLIKACIJA „UPRAVLJANJE INTELEKTUALNIM VLASNIŠTVOM U OGLAŠAVANJU“

Kamilo Antolović, Mario Fraculj i Ana Rački Marinković predstavili su publikaciju koja promovira značaj važnosti zaštite intelektualnog vlasništva i unaprjeđuje prakticanje zaštite intelektualnog vlasništva.

Zagreb, 25. listopada 2017. – Publikacija „Upravljanje intelektualnim vlasništvom u oglašavanju“ predstavljena je jučer stručnjacima iz industrije tržišnog komuniciranja. Međunarodna [publikacija Svjetske agencije za intelektualno vlasništvo \(WIPO\) iz 2011.](#) prilagođena je potrebama i praksi u Hrvatskoj, te nadopunjena aktualnim podacima o svjetskoj i hrvatskoj industriji oglašavanja. Publikaciju su prilagodili **Kamilo Antolović**, prvi i stalni sudski vještak za oglašavanje, **Mario Fraculj**, član uprave HURA-e i predsjednik Odbora za samoregulaciju i regulaciju HURA-e, te partneri iz **Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo (DZIV)**. Na predavljanju je sudjelovala predstavnica DZIV-a i suradnica na projektu **Ana Rački Marinković, zamjenica ravnateljice DZIV-a.**

Kakvo je trenutno stanje u zaštiti intelektualnog vlasništva u Hrvatskoj, s kojih se sve aspekata treba sagledati i kakvu budućnost intelektualnog vlasništva agencije i oglašivači mogu očekivati, pitanja su i teme kojih su se dotakli govornici na predavljanju. „*Jedna od glavnih zadaća HURA-e jest promocija struke, što uključuje unapređenje tržišnih uvjeta i razvijanje najviših standarda profesionalne prakse. Stoga smo zajedno s DZIV-om odlučili kroz objavu ove brošure cjelokupnoj industriji oglašavanja približiti tematiku i značaj upravljanja zaštitom intelektualnog vlasništva*“, izjavio je Kamilo Antolović.

Ana Rački Marinković posebno je istaknula aspekte u kojima treba sagledati intelektualno vlasništvo: „Jedan aspekt je adekvatna zaštita prava intelektualnog vlasništva društava koje se bave tržišnim komuniciranjem. Nadalje, potrebno je voditi računa kako se pri izradi oglasnog sadržaja ne bi vrijeđala prava intelektualnog vlasništva trećih osoba i na kraju, potrebno je savjesnim poslovanjem utjecati na smanjenje krivotvorenja i piratstva te izbjegavati oglašavanje na piratskim stranicama i na stranicama na kojima se prodaju krivotvorine, jer krivotvoritelji a osobito piratske stranice većinu svoje zarade ostvaruju upravo od oglasa.“

Agencije, oglašivači, mediji, freelanceri – sve su ovo akteri koji sudjeluju u oblikovanju i korištenju intelektualnog vlasništva. Publikacija „Upravljanje intelektualnim vlasništvom u oglašavanju“ zamišljena je kao praktičan vodič za rješavanje svakodnevnih poslovnih izazova i postizanja maksimalne koristi od sustava intelektualnog vlasništva. Publikacija sadrži konkretne smjernice i preporuke:

- kako zaštititi vlastita kreativna postignuća,
- kako izbjeći povrede prava trećih strana,
- kako dogovoriti jasan opseg prava intelektualnog vlasništva i sročiti ugovore o prijenosu tih prava,
- kako pronaći dodatne prilike za iskorištavanje vlastitih prava intelektualnog vlasništva

Neke od tema publikacije su uloga i upravljanje intelektualnim vlasništvom, industrija oglašavanja u globalnoj ekonomiji, prava intelektualnog vlasništva u industriji oglašavanja u kontekstu opipljive i neopipljive imovine te poslovnom kontekstu. Kako bi se tema dodatno približila publici,

hura!

predstavljen je i primjer najbolje prakse za upravljanje pravima intelektualnog vlasništva u oglašavanju.

HURA kontinuirano radi na unaprjeđenju komunikacijske struke i tržišnog komuniciranja u Hrvatskoj, a s tim ciljem je pokrenut i program edukacije za samoregulaciju i regulaciju u industriji koji omogućava i certificiranje sudskih vještaka za tržišne komunikacije u suradnji s Hrvatskim društvom sudskih vještaka i procjenitelja (HDSVIP).

HURA:

Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje je vodeće strukovno udruženje u sektoru tržišnih komunikacija u Hrvatskoj. Članovi HURA-e neke su od najboljih i najnagrađivanijih domaćih agencija. HURA organizira nacionalni festival tržišnog komuniciranja Dane komunikacija s pripadajućim natjecanjima Effie, IdejaX i Young Lions, marketinšku akademiju HOWtoWOW, regionalnu reviju reklamnih agencija BalCannes i mnoge druge projekte. Bori se za poboljšanje tržišnih uvjeta i napredak čitave industrije, što uključuje lobističke aktivnosti, pregovaranje sa zakonodavcem, promociju struke, brojna istraživanja i statistike u industriji, savjetovanje i drugo. Izvan granica djeluje u sklopu EACA-e (Europskog udruženja agencija za tržišno komuniciranje) te kao ekskluzivni predstavnik Cannes Lions i Effie Worldwide organizacija za Hrvatsku. Više o HURA-i na www.hura.hr.

Za dodatne informacije, molimo kontaktirajte:

Nina Remenar

PR Junior

Komunikacijski laboratorij d.o.o.

Gradišćanska 36/IV, HR-10000 Zagreb

T: +385 95 777 111 9

E: nina.remenar@komunikacijskilaboratorij.com

*Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje
Croatian Association of Communications Agencies*

HURA g.i.u. · Zavrtnica 17, 10000 Zagreb, Hrvatska · OIB: 82537441184 · www.hura.hr